

**MECANISME ECONOMICO-JURIDICE DE CONSOLIDARE
A RELĂȚIEI PRODUCĂTOR-CONSUMATOR ÎN FAVOAREA
PROTECȚIEI MEDIULUI**

Grigore ARDELEAN,

doctor în drept, conferențiar universitar,

Catedra „Drept privat”, Academia „Ștefan cel Mare” a MAI

Ivan ȚERUȘ,

master în drept, Academia „Ștefan cel Mare” a MAI, doctorand

În lupta contra degradării factorilor de mediu, prima și cea mai prioritară acțiune ar trebuie să fie îndreptată spre identificarea cu precizie a agentului poluator, urmată de studierea amănunțită a metodelor și intensității impactului cu care acționează asupra lui. Deși, inițial doctrina, dar și legiuitorul au considerat activitatea economică ca fiind principala sursă de poluare, în ultimul deceniu, privirile se îndreaptă și spre consumator, cel de care depinde cantitatea deșeurilor, starea tehnică și funcționalitatea produselor cu impact, controlul și posibilității reducerii influențelor negative asupra mediului. Această realitate determină necesitatea schimbării și atitudinii consumatorului față de mediu prin legarea responsabilității acestuia de cea a producătorului, ambii fiind tratați de pe poziția unor potențiali agresori, dar în același timp, și promotori ai valorilor de mediu sugerate de legiuitor a se ține cont în procesul de producere și consum.

Cuvinte-cheie: mediu, producător, consumator, produs, deșeu, reciclare, poluare, etichetă ecologică, marketing ecologic, activitate economică, instrumente financiare.

In the fight against the degradation of environmental factors, the first and foremost action should be directed towards the precise identification of the pollutant, followed by a detailed study of the methods and the intensity of the impact with which it acts on it. Although, initially the doctrine, but also the legislator considered economic activity as the main source of pollution, in the last decade, the eyes are also on the consumer, who depends on the amount of waste, technical condition and functionality of impacted products, control and possibility of reducing negative influences on the environment. This reality determines the need to change the consumer's attitude towards the environment by linking his responsibility to that of the producer, both being treated from the position of potential aggressors, but at the same time, promoters of environmental values suggested by the legislator to take into account. production and consumption.

Keywords: environment, producer, consumer, product, waste, recycling, pollution, eco-label, eco-archiving, economic activity, financial instruments.

În ultimul deceniu, cât nu s-ar părea de straniu, percepția omului de rând despre bunăstare și confort este mai puțin legată de aspectul economico-progresist, tehnologic și industrial care în mod continuu provoacă efecte

secundare ce au ca rezultat suprimarea altor valori mult mai necesare omului, printre ele numărându-se și dreptul la un mediu sănătos și neprejudiciat din punct de vedere ecologice, la produse inofensive și la siguranța alimentelor.

Cu toate acestea, în realitatea zilelor noastre încă se mai bucură de susținere teoriile economice potrivit cărora, orice proces evoluează între doi poli – producție și consum – aflați în relație de interdependență, deci de recunoaștere a rolului activ al fiecăruia dintre ei.

Pe de altă parte, continuarea creșterii economice poate fi admisă cu condiția precizării, prin legislație, a parametrilor în cadrul cărora se poate desfășura. Acești parametri trebuie să definească daunele admisibile pe care consumul și producția le pot provoca mediului. Stabilirea acestor garanții devine sarcina majoră a legislației moderne. Uneori, ea implică prohibirea unor tipuri de producție sau consum pe considerentul că prejudiciul public este mai mare decât beneficiul pe care societatea îl are de pe urma produsului sau serviciului respectiv¹.

Într-adevăr, impactul negativ al consumatorului asupra stării mediului, adesea este determinat de cantitatea de deșeurilor generate de acesta. Or, nu doar prin activități industriale de extragere, prelucrare și producere se aduc influențe negative asupra mediului, acestea fiind în ultimele decenii cele mai controlate și restricționate de către autorități, dar și prin acțiunile nesăbuite, de risipă ale consumatorului - cel mai mare utilizator de bunuri și servicii, respectiv – generator de deșeuri de orice fel.

Așa se face că în ultimii ani, accentul plasat pe *producător* sub forma restricțiilor și impunităților de protecție a mediului, au scăpat din vedere impactul pe care-l poate genera însuși *consumatorul* asupra mediului. În aceste împrejurări, apare și întrebarea: pe cine, de fapt, vizează principiul „poluatorul plătește”, pe producător, pe subiecții activității economice, industriale, pe marii prestatori de servicii cu impact asupra mediului sau și pe consumator deopotrivă?

Cu titlu de soluție la problema înaintată, doctrina de mediu avansează o viziune destul de interesantă ce leagă producătorul de consumator în responsabilitatea suportării costurilor pentru poluare, și anume, aplicația extinsă a principiului în discuție, deoarece, în cele din urmă, consumatorul este cel care trebuie să plătească, pentru că poluatorul este într-adevăr consumatorul. Prin urmare, producătorii și consumatorii nu ar trebui doar să plătească costurile de prevenire și control al poluării, ci și utilizarea capacității asimi-

¹ MINEA Elena Maria, PROTECȚIA MEDIULUI, Edit. "Accent", Cluj-Napoca, 2008, p.13, 296 p., ISBN 978 973- 8915-76-3

lative a mediului².

Deși s-ar părea că încercăm, pe această cale, să atentăm la unele drepturi existente ale consumatorului, impunerea față de el a unei anumite conduite din perspectiva priorității conservării și dezvoltării factorilor de mediu, nu are decât să-l avantajeze tot pe el în calitate de ființă, atât de vulnerabilă în fața agresiunilor la adresa mediului care, de fapt, îl afectează, odată ce este parte a sa, cea mai sensibilă și greu de protejat.

Pentru aceasta, considerăm noi că problema protecției mediului trebuie tratată mult mai complex, după un alt concept, care ar implica și rolul consumatorului, atât în planul efectelor acțiunilor sale negative, cât și a posibilităților de reducere a deșeurilor prin consumul de bunuri și servicii. Și nu e vorba aici doar despre influența consumatorului asupra cantității deșeurilor generate, dar și despre rolul său în gestionarea corectă a influențelor negative generate de absolut toate bunurile exploatate de el. Or, pericolul cauzării unor daune asupra mediului nu este însăși bunul sau tehnica ci funcționalitatea acestora, fapt care depinde mult de împrejurările, cunoștințele, atitudinea și regulile de care se conduce consumatorul în utilizarea lor. Anume aici trebuie de pus accentul, pe consumator, cel de care depinde răspândirea efectelor negative pe timpul exercitării dreptului de consum, fără însă a uita și de producător, cel care instruește consumatorul în utilizarea bunului produs de el, cunoscând mai bine riscurile ce le poate genera.

Acestea fiind clarificate, am susține ideea potrivit căreia, în luarea măsurilor de protecție a mediului, consumatorul trebuie abordat de pe aceeași poziție cu producătorul, ambii fiind considerați potențiali poluatori.

Consumatorul, în situația descrisă, are rolul de „filtru” principal plasat între producere și reciclare, de care depinde cantitatea deșeurilor – cel mai agresiv inamic al factorilor de mediu.

În mod evident, filtrul despre care vorbim trebuie conectat la sistemul de producere printr-un mecanism juridic cât mai logic, care ar face relația dintre producător și consumator reciproc influențabilă, mai flexibilă și avantajoasă pentru ambii, inclusiv, pentru mediu și toți cei care beneficiază de el. De fapt, temeiul juridic de la care trebuie să înceapă construcția mecanismului juridic dorit, este chiar norma Constituțională de la art. 37 alin. 1 din Legea fundamentală³ potrivit căreia fiecare om are dreptul la un *mediu în-*

² García López Tania. Instrumentos económicos para la protección ambiental en el derecho ambiental mexicano Sociedad y Ambiente, año 6, núm. 17, julio-octubre de 2018, p. 253 SSN: 2007-6576, pp. 247-266.

³ Constituția Republicii Moldova din 29.07.1994. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 18.08.1994, nr. 1.

conjurător neprimejdios din punct de vedere ecologic pentru viață și sănătate, precum și la produse alimentare și obiecte de uz casnic inofensive.

După cum se observă, dreptul consumatorului la produse alimentare și de uz casnic inofensive este strâns legat, chiar reglementat prin normă unică cu dreptul la un mediu sănătos.

Așadar, pentru formularea unui cadru juridic consecvent în misiunea de protecție a mediului prin implicarea consumatorului, ***drept primă soluție***, după noi destul de eficientă și promițătoare, ar fi ecologizarea mai accentuată a Legii cu privire la protecția consumatorului, metaforic vorbind, „presurarea” prin ea unor obligații cu specific de protecție a mediului în sarcina consumatorului.

Evident, la prima vedere, în afară de obligarea selectării și evacuării deșeurilor în mod separat, pe categorii, sau utilizarea tehnicii și altor bunuri de folosință individuală în strictă conformitate cu prescrierile producătorului, s-ar pune întrebarea, cum vom urmări executarea altor obligații de către consumator și care vor fi sancțiunea nerespectării lor? Or, rămâne la discreția consumatorului să aleagă dacă aruncă tehnica defectată, sticlele sau alte recipiente, inclusiv din masă plastică, în tomberon sau le duce la punctul de colectare sau chiar direct la uzina de reciclare în schimbul unei sume de bani.

După noi, sunt necesare alte pârghii de determinare a consumatorului la utilizarea bunurilor și serviciilor cu luarea în considerare a normelor de protecție a mediului, pârghii care să îmbine caracterul obligatoriu cu cel stimulator. Spre exemplu, producătorul să ofere un nou termen de garanție cu condiția că consumatorul își respectă obligația de informare imediată despre momentul producerii defecțiunii după expirarea termenului de garanție inițial sau despre eficiența/ineficiența produsului, să raporteze periodic respectarea condițiilor de exploatare, să dea bunul spre înlocuire cu altul mai performant din punct de vedere ecologic, suportând diferența de preț etc.

Deci, e vorba despre o *cointeresare reciprocă* atât a producătorului, cât și a consumatorului la respectarea condițiilor de protecție a mediului în timpul utilizării tehnicii de uz casnic, automobile, bunuri de folosință individuală prin *obligarea indirectă*, prin *condiționarea* obținerii unor avantaje din partea producătorului. Evident, pentru ca acest lucru să devină posibil este necesară și flexibilizarea relației dintre producător-consumator prin indicarea în instrucțiunea produsului a datelor de contact, de comunicare online cu orice producător din oricare punct al globului; obligarea producătorului de a înființa sucursale în toate țările în care exportă produse, prin aceasta s-ar exclude și intervenția comerciantului în circuitul produselor și serviciilor, tendință tot mai accentuat manifestată la nivelul Uniunii Europene.

Amintim cu această ocazie, cea mai recentă Strategie a UE prezentată la 20 mai 2020 de către Comisia Europeană, cu genericul: „De la fermă la consumator”, care constituie una dintre acțiunile-cheie din cadrul **Pactului verde european**. Contribuind la îndeplinirea obiectivului de realizare a neutralității climatice până în 2050, strategia are în vedere evoluția actualului sistem alimentar al UE către un model durabil⁴. Strategia **Farm to Fork** (de la fermă la furculiță) își propune, de asemenea, să contribuie la realizarea unei economii circulare. Acesta va avea drept scop reducerea impactului asupra mediului al sectoarelor de prelucrare a produselor alimentare și a comerțului cu amănuntul prin luarea de măsuri privind transportul, depozitarea, ambalarea și producerea deșeurilor alimentare⁵.

O altă soluție la problema ridicată, ar fi aceea, ca prin legislația națională în domeniul protecției consumatorului, evident, racordată la cea internațională care ar obliga la acțiuni pe toți producătorii statelor care o ratifică, să fie impusă producătorului obligația de a comunica consumatorului informația utilă pentru a face posibilă reparația bunului în condiții casnice, chiar fără a avea cunoștințe în domeniu sau, ar indica părțile, piesele altor producători cu care bunul său este compatibil. Deci, obligațiile celor doi actori pe piața produselor potențial periculoase pentru mediu trebuie să aibă obligații ce se condiționează reciproc, antrenându-i într-un cerc de acțiuni și consecințe reciproce în care ar avea de câștigat factorii de mediu, rezultat al reducerii cantității deșeurilor. Aceasta fiind o soluție mai bună chiar decât cea a reciclării, deoarece ultima impune cheltuieli, eforturi suplimentare din partea consumatorului și celui ce le reciclează, mai mult, depozitarea și prelucrarea lor, de asemenea, generează efecte negative asupra mediului.

De sigur, unele tehnici juridico-economice și financiare, în afară de cele propuse, care vin să consolideze relația dintre producător și consumator în misiunea comună de protecție a mediului, există și astăzi, promovate și aplicate pe larg în legislație majorității statelor lumii, însă, deși acesta au mai mult de un deceniu nu și-au arătat efectul lor convingător asupra consumatorului, anume cel de al îndupleca să ia decizii prietenoase și favorabile mediului. Este vorba aici despre eticheta ecologică; ecodesignul, ecomarketingul, integrarea costurilor de protecție a mediului în prețul produsului și alte tehnici de protecție caare implica responsabilitatea consumatorului.

Eticheta ecologică/eticheta energetică

Etichetarea ecologică, mai fiind întâlnită și sub denumirea de *ecomar-*

⁴ <https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/from-farm-to-fork/>

⁵ <https://www.cotidianulagricol.ro/strategia-de-la-ferma-la-furculita-parte-a-pactului-verde-european>

care, *ecoetichetare sau marcare ecologică* constituie un instrument de piață care vine să consolideze relația dintre producător și consumator prin intermediul informației plasate pe produs care îi confirmă calitățile ecologice în fața altor produse similare.

În fapt, eticheta ecologică fiind un instrument voluntar al Uniunii Europene aplicabil doar în teritoriul acesteia, este înființată încă în anul 1992 cu scopul de a încuraja întreprinderile să comercializeze produse și servicii care respectă anumite criterii de mediu. Criteriile sunt stabilite, revizuite și publicate în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene de Comitetul pentru etichetare ecologică al Uniunii Europene (CEEUE), care este responsabil și de cerințele de evaluare și verificare aferente.

În scopul identificării produselor de calitate ecologică sporită, eticheta plasată pe ele se identifică sub forma unui „logo în formă de floare, cu ajutorul căruia consumatorii, fie ei publici sau privați, le pot identifica cu ușurință. Până în prezent, eticheta s-a acordat unor produse de curățat, aparate electrocasnice, produse din hârtie, haine și produse de grădinărit, lubrifianți și servicii cum ar fi cazările turistice. Criteriile pentru etichetarea ecologică nu se bazează pe un singur factor, ci pe studii care analizează impactul unui produs sau serviciu asupra mediului pe parcursul ciclului său de viață”⁶. De-a lungul timpului, Legislația Uniunii europene pe segmentul etichetării ecologice a suferit serioase modificări, în anul 2000 (Regulamentul CE nr.1980/2000), iar apoi în 2010 (Regulamentul CE nr.66/2010), ultima având scopul de promovare a utilizării sistemului voluntar de etichetare ecologică prin reducerea costurilor și birocrăției impuse de normele în domeniu, dar și în scopul promovării produselor cu un impact redus asupra mediului pe parcursul întregului lor ciclu de viață și furnizarea către consumatori de informații precise, neînșelătoare și stabilite pe bază științifică cu privire la impactul acestora asupra mediului⁷.

În doctrina națională național, *ecoetichetarea* este percepută drept un instrument de piață care soluționează mai multe probleme din relația *consumator-produs-producător*, deoarece, în primul rând, îi oferă cumpărătorului informația accesibilă și veridică despre indicatorii ecologici ai produsului, iar în al doilea rând, consumatorul informat acordă prioritate mărfurilor de calitate, inclusiv ecologice, fapt care stimulează elaborarea, producerea și furni-

⁶ Consumul și producția durabilă. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet>. [accesat la 12.03.2021].

⁷ Regulamentul (CE) nr. 66/2010 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 noiembrie 2009 privind eticheta UE ecologică. [online] [accesat la 11.03.2020]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO>.

zarea pe piață a produselor cu parametri ecologici în continuă îmbunătățire⁸.

În legislația noastră⁹, similar mărcii ecologice, este reglementată *marca națională „Agricultura Ecologică – Republica Moldova”*, fiind o combinație de text și imagine grafică, imprimată pe eticheta produselor agroalimentare ecologice sau plasată lângă aceste produse în scop de etichetare, prezentare și promovare a produselor agroalimentare ecologice. Aceasta se utilizează în scop de etichetare, prezentare și promovare a produselor agroalimentare ecologice și se aplică numai la produsele agroalimentare ce au fost supuse procedurilor de inspecție și certificare pe tot parcursul ciclului de producție de către organismele de inspecție și certificare.

Printre altele, în scopul pregătirii legislației naționale să răspundă cerințelor standardelor Uniunii Europene, ***am sugera extinderea ariei de cuprindere a Legii în discuție asupra tuturor produselor, nu doar celor agroalimentare, atribuindu-i mărcii naționale vizate, statutul de marcă ecologică cu inscripția „produs ecologic”, aceasta dobândind rolul de instrument economico-juridic de protecție a mediului și consumatorului împotriva produselor cu impact.***

De fapt, un Proiect de lege cu privire la producția agroalimentară ecologică și etichetarea produselor ecologice a fost înaintat Parlamentului Republicii încă în anul 2018, însă acesta a fost respins în anul 2019.

Prin urmare, în lipsa unui cadru legal de aplicare a etichetei comerciale pe produse, actualmente mulți producători le aplică după cum le trece prin cap, cunoscând că nu există sancțiuni pentru acest fapt, dar nici legi care să prevadă ordinea și condițiile de utilizare a ei.

În ce privește ecoetichetarea energetică, constituind un sistem de etichetare aplicat la nivelul Uniunii Europene din 1995 (introdus prin Directiva 92/75/CEE, revizuită în 2010 prin Directiva 2010/30/UE), aceasta se aplică pe aparatele de uz casnic pentru a oferi informații consumatorilor despre capacitatea de consum a energiei.

Ulterior, prin Regulamentul UE 2017/1369 care abrogă Directiva 2010/30/UE „au fost create cerințe noi de etichetare energetică pentru grupuri specifice de produse. În mod concret, începând cu 2021, se vor „reclasifica” cinci grupe de produse (frigidere, mașini de spălat vase, mașini de spălat rufe, televizoare și lămpi): un produs care aparține, de exemplu, clasei de eficiență energetică A+++ va aparține clasei B după reclasificare, fără

⁸ BOBEICĂ, Valentin. Producerea durabilă. Curs introductiv. Ch., 2007, p. 67. 262 p. ISBN978-9975-9795-7-3.

⁹ Legea Nr. 115 din 09-06-2005 cu privire la producția agroalimentară ecologică. Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr. 95-97 din 15-07-2005.

nicio modificare a consumului său de energie. Inițial, clasa A va rămâne goală pentru a lăsa loc pentru modele mai eficiente din punct de vedere energetic. Acest lucru va permite consumatorilor să facă o distincție mai clară între cele mai eficiente produse din punct de vedere energetic”¹⁰.

Eco-design (abrevierea sintagmei „design ecologic”), *este un alt instrument de piață destinat protecției mediului în cadrul activității economice, aplicabil preponderent în etapa de proiectare a produselor inofensive mediului și consumatorului.*

De fapt, eco-proiectarea sau reproiectarea produsului urmărește scopul reducerii consumului de materiale, diminuarea toxicității materialelor utilizate la producerea lui, impunându-se la etapa alegerii materiei prime, a materialelor ușor procesabile, a materialelor noi, ecologic mai avantajoase, excluderea celor periculoase, utilizarea materialelor biodegradabile, posibilitatea utilizării repetate a produsului sau ambalajului. De asemenea, ecodesignul nu se referă în toate situațiile numai la proiectarea produsului ci și la proiectarea și realizarea unui ciclu de viață ecologic mai acceptabil printr-o abordare sistemică a produsului¹¹.

La nivel doctrinar se apreciază că în funcție de scara de timp și de mediu, există două viziuni diferite majore privind proiectarea ecologică, după cum urmează:

➤ prima viziune se concentrează pe îmbunătățirea produselor și tehnologiilor pentru a le face mai puțin periculoase pentru mediu;

➤ cea de-a doua viziune este axată pe îmbunătățirea standardului de viață al consumatorilor prin proiectarea de produse mai durabile¹².

La nivel de reglementare, în principal la nivel european, se impune Directiva 2009/125/CE de instituire a unui cadru pentru stabilirea cerințelor în materie de proiectare ecologică aplicabile produselor cu impact energetic care stabilește cadrul general pentru legislația națională de proiectarea ecologică a produselor – un factor esențial în strategia comunitară privind politica integrată a produselor cu impact¹³.

Deși nu este membră a Uniunii Europene, Republica Moldova adop-

¹⁰ Consumul și producția durabilă. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet>. [accesat la 12.03.2021].

¹¹ CAPCELEA, Arcadie. Sistemul managementului ecologic. Ch.: Î.E.P. Știința, 2013 p.148, 260 p. ISBN 978-9975-67-879-7.

¹² IUGA (BUTNARIU), Anca. Management industrial în economia circulară. Rezumatul tz. de doct. în drept. [online]. Brașov, 2017, p. 40-41. 80 p. [citat 21.0.2020]. disponibil: <https://www.unitbv.ro>.

¹³ Directiva 2009/125/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 octombrie 2009 de instituire a unui cadru pentru stabilirea cerințelor în materie de proiectare ecologică aplicabile produselor cu impact energetic. În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, nr. L285 din 31 octombrie 2009. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO>.

tă în anul 2014 Legea privind cerințele în materie de proiectare ecologică aplicabile produselor cu impact energetic¹⁴ în scopul transpunerii Directivei 2009/125/CE. *Potrivit legii în discuție, proiectare ecologică este definită drept un proces de integrare a caracteristicilor de mediu în proiectarea unui produs, în scop de îmbunătățire a performanței de mediu pe durata întregului ciclu de viață.*

În ce privește intenția legiuitorului nostru de a reglementa și aplica mecanismul proiectării ecologice în conformitate cu standardele europene, evident că o considerăm plauzibilă, însă din analiza conținutului Legii nr. 151/2014 constatăm existența unui mecanism rămas la nivelul teoretic, greu de pus în practică. Mai mult, nu vedem ca Legea în discuție să ofere și un mecanism de stimulare a producătorilor în recurgerea la măsuri de proiectare ecologică a produsului sub formă de scutiri de taxe, acordarea de împrumuturi preferențiale, de subvenții etc. Or, nu vedem cum ar putea fi aceștia obligați la asemenea măsuri, în condițiile în care ele presupun costuri suplimentare formate din cheltuielile de evaluare a impactului produsului asupra mediului, de urmărire a influențelor negative, de reîntoarcere în ciclul de producție etc. Mai mult, dacă ar include aceste costuri în prețul produsului, atunci ar apărea riscul pierderilor concurențiale în cazul în care un produs pus în circulație fără respectarea cerințelor de ecodesign ar costa mai puțin, respectiv ar oferi un preț mult mai accesibil eventualului cumpărător.

Ecomarketingul este un instrument economic de piață ce se particularizează prin rolul său de provenire a efectelor negative ce pot fi generate de produs pe durata întregului său ciclu de viață asupra mediului și sănătății consumatorului¹⁵. De fapt, acesta mai are și rolul de a determina consumatorului să aleagă produse ecologice în pofida prețului mai mare. Pentru aceasta, este necesară o strategie ce-și poate atinge scopul doar prin aplicarea ei în cadrul unui sistem de acțiuni îndreptate spre convingerea consumatorului despre performanța ecologică a produsului, beneficiile ce le poate aduce prin utilizare, riscurile și efectele reduse asupra mediului, durata îndelungată de viață a produsului, posibilitatea reparării sau înlocuirii unor componente fără cunoștințe speciale, avantajul financiar al reciclării etc. Or, după cum se definește în literatura rusă de specialitate, marketingul ecologic reprezintă un întreg proces de administrare, o ramură a marketingului tradițional, care constă în pronosticarea și satisfacerea necesităților consumatorului în

¹⁴ Legea Nr. 151 din 17-07-2014 privind cerințele în materie de proiectare ecologică aplicabile produselor cu impact energetic. Monitorul Oficial Nr. 310-312 din 10-10-2014. Disponibil: <https://www.legis.md>.

¹⁵ В.И.Данилова-Данильяна. Экология, охрана природы и экологическая безопасность. М.: Изд-во МНЭПУ, 1997. С. 432. 317, с, ISBN 5-7383-0048-3.

condițiile garantării unui profit, un proces care include și designul produselor, stabilirea unui preț avantajos atât pentru producător/comerciant, cât și pentru cumpărător.

Deși în Republica Moldova, la moment nu există o lege care să reglementeze exclusiv instituția marketingului ecologic, adoptarea unui act normativ, măcar la nivel de hotărâre a Guvernului, ar constitui un pas important în promovarea politicii de încurajare a consumatorului să aleagă produse și servicii ecologice sau cele cu impact minim asupra mediului și sănătății.

Totuși, în plan teoretic, avantajele marketingului ecologic sunt, fără îndoială, multe și diverse, fapt care nu exclude și existența unor dezavantaje, mai mult sesizate de către agenții economici producători sau comercianți, și anume:

- ✓ cerere scăzută pentru produsele ecologice din cauza prețurilor ridicate;
- ✓ lipsa unor tehnologii “curate”;
- ✓ costurile ridicate ale unor investiții ecologice;
- ✓ curente de opinie diferite în interiorul firme;
- ✓ o legislație încă incompletă și puțin eficientă¹⁶, la care am mai adăuga;
- ✓ cultura subdezvoltată a consumatorului în consumul de produse ecologice;
- ✓ puterea de cumpărare scăzută, fapt ce determină consumatorul să aleagă produse mai ieftine, chiar dacă este conștient că sunt necalitative, dăunătoare sănătății și mediului, cu o durată scurtă de exploatare, nereparabile și nereciclabile etc.;
- ✓ tendința omului modern de a schimba bunurile mai des, plictisindu-se de unele și aceleași sau genându-se să le folosească timp îndelungat.

Actualmente, cele mai variate și concrete acțiuni îndreptate spre conștientizarea eforturilor producătorului cu cele ale consumatorului prin unificarea misiunii lor – cea de minimizare a efectelor negative ce le produc asupra mediului, sunt înregistrate la nivelul Uniunii Europene.

În acest sens, prezentăm noua Agendă privind consumatorii adoptată la 13 noiembrie 2020 care prevede un șir de acțiuni recent realizate și altele noi preconizate ce vin să confirme îngrijorarea autorităților față de lipsa unor informații relevante ce sunt în sarcina producătorilor de a le plasa pe produse și serviciile prestate consumatorilor.

¹⁶ CHILDESCU, Valentina, GUMENIUC, Ina, Principiile implementării ecomarketingului în Republica Moldova, In: Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților, Universitatea Tehnică a Moldovei, 15-17 noiembrie, 2012. Chișinău, 2013, vol. 3, pp. 496-499. ISBN 978-9975-45-249-6.

În contextul arătat Agenda prezintă o viziune actualizată a politicii UE de protecție a consumatorilor pentru perioada 2020-2025, având subtitlul „Consolidarea rezilienței consumatorilor pentru o redresare durabilă”. Agenda acoperă cinci domenii prioritare esențiale, printre care unul din ele vizează tematicii abordate în prezenta lucrare și anume: **garantarea relațiilor dintre producător și consumator ce se axează pe combaterea mențiunilor ecologice înșelătoare și a practicilor comerciale neloiale în tehnicile de influențare online și personalizare**¹⁷.

De asemenea, inițiativa viitoare privind consolidarea rolului consumatorilor în vederea tranziției verzi intenționează să abordeze problema accesului consumatorilor la informații referitoare la caracteristicile de mediu ale produselor, inclusiv informații privind durabilitatea lor, potențialul lor de reparare sau de modernizare, precum și problema fiabilității și a comparabilității acestor informații. Or, toate abordările viitoare tind a crea unele mecanisme juridice ce ar încuraja consumatorul să treacă la o altă politică de consum, axată în mod prioritar pe folosința cât mai îndelungată a bunurilor, preferând repararea în schimbul înlocuirii bunului, prelungirea de către producător a perioadei minime de garanție pentru produsele noi și cele second-hand, reînceperea unei noi perioade de garanție după efectuarea reparației etc.

În scopul asigurării unei conlucrări eficiente între producător și consumator în realizarea eforturilor de protecție a mediului în timpul fabricării, comercializării și utilizării produselor cu impact, venim cu unele recomandări pe care le adresăm în parte, atât producătorului, cât și consumatorului și anume:

➤ **Încurajarea, iar în anumite privințe, impunerea producătorilor să proiecteze și să producă:**

- ✓ bunuri cu durată de viață mai îndelungată;
- ✓ bunuri reutilizabile, reîncărcabile, ușor de dezamblat, de reparat, de înlocuit părți din el sau piese fără cunoștințe speciale în domeniu;
- ✓ producerea dispozitivelor și accesoriilor de utilizare comună între diferite mărci ale producătorilor,
- ✓ renunțarea la producerea bunurilor de unică folosință, în schimbul celor de îndelungată folosință;

Recomandări pentru consumatori:

- Educarea consumatorilor în stilul protecției mediului prin reducerea

¹⁷ Comunicare a comisiei către Parlamentul European și Consiliu. Consolidarea rezilienței consumatorilor pentru o redresare durabilă. [online]. COM(2020) 696 final, Bruxelles, 13.11.2020. [accesat 15.03.2021]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO>.

cantității deșeurilor, acțiune ce s-ar particulariza prin îndemnul la:

✓ *reutilizarea recipientelor, ambalajelor, pungilor și a tuturor bunurilor ce conțin plastic în schimbul transformării lor în deșeuri prin aruncare.* De fapt, respectiva direcție de educare a consumatorului vine la timpul potrivit, în contextul revizuirii Directivei UE privind ambalajele și deșeurile de ambalaje, menită să asigure că toate ambalajele pot fi reutilizate și reciclate într-un mod viabil din punct de vedere economic și că se abordează problema utilizării excesive a ambalajelor¹⁸;

✓ *informarea din instrucțiunea de utilizare a produsului despre condițiile de exploatare în vederea asigurării unei vieți îndelungate a produsului și reducerii impactului negativ asupra mediului*

✓ *exploatarea îndelungată a tehnicii de uz casnic și a altor bunuri de folosință individuală prin reparare în schimbul înlocuirii cu altele noi.* Or, inițiativele actuale privind produsele electronice circulare urmăresc să asigure proiectarea dispozitivelor electronice astfel încât să se asigure durabilitatea, întreținerea, repararea, dezasamblarea, demontarea, reutilizarea și reciclarea acestora, precum și „dreptul consumatorilor la repararea” acestora, inclusiv dreptul de a beneficia de actualizarea programelor informatice. De asemenea, inițiativa ce se identifică prin regula „un încărcător comun pentru telefoanele mobile și alte dispozitive mobile”¹⁹ urmărește să îmbunătățească confortul consumatorilor și să reducă utilizarea materialelor și deșeurile de echipamente electrice și electronice asociate producerii și eliminării acestor dispozitive care sunt utilizate zilnic de marea majoritate a consumatorilor;

✓ *înlocuirea tehnicii de uz casnic defectată sau chiar cea funcțională cu alta mai performantă din punct de vedere ecologic cu suportarea diferenței de preț;*

✓ *stimularea intenției de a duce bunurile inutile, deteriorate, de unică folosință direct în punctele de colectare sau reciclare.* În acest sens, la nivelul UE sunt organizate acțiuni de educare a consumatorilor prin diverse metode, (spre exemplu, prin includerea treptată a educației consumatorilor în programele de învățământ primar și secundar. O astfel de inițiativă este „Consumer Classroom”, un site comunitar pan-european și multilingv pentru profesori. Site-ul reunește o bibliotecă amplă privind educarea consumatorilor din întreaga UE și oferă instrumente interactive și de colaborare pentru pregătirea lecțiilor și punerea lor la dispoziția cursanților și a altor profesori.

¹⁸ Directiva (UE) 2018/852 a Parlamentului European și a Consiliului din 30 mai 2018 de modificare a directivei 94/62/CE privind ambalajele și deșeurile de ambalaje. [online] În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. 1150/141 din 14.6.2018 [accesat 15.03.2021] Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO>.

¹⁹ https://ec.europa.eu/growth/sectors/electrical-engineering/red-directive/common-charger_en

Referințe bibliografice

1. Constituția Republicii Moldova din 29.07.1994. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 18.08.1994, nr. 1.
2. Legea Nr. 115 din 09-06-2005 cu privire la producția agroalimentară ecologică. Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr. 95-97 din 15-07-2005.
3. Legea Nr. 151 din 17-07-2014 privind cerințele în materie de proiectare ecologică aplicabile produselor cu impact energetic. Monitorul Oficial Nr. 310-312 din 10-10-2014.
4. Directiva 2009/125/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 octombrie 2009 de instituire a unui cadru pentru stabilirea cerințelor în materie de proiectare ecologică aplicabile produselor cu impact energetic. În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, nr. L285 din 31 octombrie 2009. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO>.
5. Directiva (UE) 2018/852 a Parlamentului European și a Consiliului din 30 mai 2018 de modificare a directivei 94/62/CE privind ambalajele și deșeurile de ambalaje. [online] În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. 1150/141 din 14.6.2018 [accesat 15.03.2021] Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO>.
6. Regulamentul (CE) nr. 66/2010 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 noiembrie 2009 privind eticheta UE ecologică. [online] [accesat la 11.03.2020]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro>
7. Comunicare a comisiei către Parlamentul European și Consiliu. Consolidarea rezilienței consumatorilor pentru o redresare durabilă. [online]. COM(2020) 696 final, Bruxelles, 13.11.2020.[accesat 15.03.2021]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro>.
8. Capcelea, Arcadie. Sistemul managementului ecologic. Ch.: Î.E.P. Știința, 2013 p.148, 260 p. ISBN 978-9975-67-879-7.
9. Bobeică, Valentin. Producerea durabilă. Curs introductiv. Ch., 2007, p. 67. 262 p. ISBN978-9975-9795-7-3.
10. Minea Elena Maria, PROTECȚIA MEDIULUI, Edit. "Accent", Cluj-Napoca, 2008, p.13, 296 p., ISBN 978 973- 8915-76-3
11. Iuga (Butnariu), Anca. Management industrial în economia circulară. Rezumatul tz. de doct. în drept. [online]. Brașov, 2017, p. 40-41. 80 p. [citat 21.0.2020]. disponibil: <https://www.unitbv.ro>
12. CHILDESCU, Valentina, GUMENIUC, Ina, Principiile implementării ecomarketingului în Republica Moldova, In: Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților, Universitatea Tehnică a Moldovei, 15-17 noiembrie, 2012. Chișinău, 2013, vol. 3, pp. 496-499.

ISBN 978-9975-45-249-6.

13. García López Tania. Instrumentos económicos para la protección ambiental en el derecho ambiental mexicano *Sociedad y Ambiente*, año 6, núm. 17, julio-octubre de 2018, p. 253 SSN: 2007-6576, pp. 247-266.
14. В.И.Данилова-Данильяна. Экология, охрана природы и экологическая безопасность. М.: Изд-во МНЭПУ, 1997. С. 432. 317, с, ISBN 5-7383-0048-3. Consumul și producția durabilă. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet>.
15. <https://www.consilium.europa.eu/ro>.
16. <https://www.cotidianulagricol.ro/strategia-de-la-ferma-la-furculita-parte-a-pactului-verde-european>
17. https://ec.europa.eu/growth/sectors/electrical-engineering/red-directive/common-charger_en.